

CRM PLAYBOOK

*Triển khai chiến lược CRM
từ A đến Z*



Mục lục

Mục lục	1
Dẫn nhập	3
CRM là gì?	4
7 lợi ích doanh nghiệp nhận được nhờ ứng dụng CRM	6
Dấu hiệu nhận biết doanh nghiệp cần CRM hay không?	8
Cách chọn phần mềm CRM	11
Các phòng ban trong công ty sử dụng CRM như thế nào?	13
Tối ưu hóa công cụ CRM cho doanh nghiệp	16
Các bước chuyển đổi số bằng CRM	18
So sánh 4 phần mềm CRM nổi bật nhất hiện nay	20
Phụ lục: Các thuật ngữ CRM bạn cần biết	24
Lời kết	27
Tài liệu tham khảo	28



Dẫn nhập

CRM không còn là điều gì đó ở tương lai, đã đến lúc bất cứ doanh nghiệp dù to hay nhỏ, mới hay cũ đều cần có hệ thống CRM của riêng mình nếu còn muốn tồn tại và phát triển. Điều đáng tiếc là phần lớn doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa ý thức được điều đó hoặc đã nỗ lực không đúng cách và trở nên ngại thay đổi.

Một số khác thì lại quá nóng vội trong việc lựa chọn và triển khai CRM dẫn tới việc ứng dụng không thành công, phản tác dụng. Ebook này sẽ tổng hợp và chỉ ra những lỗi sai không đáng có và lý do vì sao bạn doanh nghiệp bạn đến bây giờ vẫn còn loay hoay trong việc ứng dụng công nghệ mới để tăng trưởng.

CRM Playbook cũng phác thảo chiến lược mà các doanh nghiệp SMEs nên áp dụng để phát huy sức mạnh của hệ thống CRM trong quản lý dữ liệu khách hàng, chuyển đổi quy trình kinh doanh lấy khách hàng làm trung tâm, nhằm mang lại những trải nghiệm khách hàng tối ưu nhất.

“

Playbook là tập hợp các quy tắc, đề xuất, phương pháp hoặc kịch bản dành cho một hoạt động, ngành, công việc cụ thể.



CRM là gì?

Trong thực tế, khi mọi người nói về CRM, họ thường đề cập tới 3 khía cạnh sau:

- CRM là một hệ thống phần mềm : Đây là một sản phẩm công nghệ cho phép người dùng lưu trữ, báo cáo và phân tích các dữ liệu và tương tác với khách hàng. CRM theo nghĩa này còn có tên gọi khác là hệ thống CRM (Crm System) hoặc giải pháp CRM (Crm Solution).
- CRM là một chiến lược : Đây là một triết lý kinh doanh xuyên suốt của doanh nghiệp về cách quản lý mối quan hệ và tương tác với khách hàng / khách hàng tiềm năng.
- CRM là hệ thống các quy trình: các quy trình này được áp dụng để giúp doanh nghiệp quản lý, nuôi dưỡng và phát triển các mối quan hệ khách hàng ngày càng sâu sắc và lợi ích nhất.

Trong đó, cách hiểu CRM như một hệ thống phần mềm là phổ biến nhất. Ebook này cũng tập trung đưa ra các quan điểm về CRM dưới góc độ là một hệ thống phần mềm.

Dù bạn sở hữu hay làm việc trong bất kỳ một doanh nghiệp lấy khách hàng làm trung tâm nào, thì phần mềm quản trị quan hệ khách hàng (CRM) cũng đóng vai trò là một nguồn dữ liệu chân thực và đáng tin cậy về khách hàng, đem đến thông tin hữu ích về các hoạt động tiếp thị và bán hàng đang diễn ra cũng như tình hình tổng thể của tổ chức. Thêm CRM vào danh sách các công cụ của doanh nghiệp là một bước quan trọng trong việc kiểm soát hoạt động kinh doanh và đảm bảo dữ liệu khách hàng được sắp xếp khoa học cũng như các mối quan hệ khách hàng luôn mạnh mẽ.

Vậy một phần mềm CRM thực sự cung cấp những gì? Hãy bắt đầu với những điều cơ bản.

Phần mềm Quản lý quan hệ khách hàng

Đúng như nghĩa đen, CRM hay Customer Relationship Management - Quản lý Quan hệ Khách hàng chính là mô tả thích hợp nhất cho công cụ này. Phần mềm CRM sẽ hỗ trợ sắp xếp, theo dõi và quản lý tất cả các tương tác với khách hàng hiện tại, khách hàng tiềm năng và cả khách hàng cũ để củng cố và phát triển mối quan hệ khách hàng cũng



như sự trung thành của họ với thương hiệu.

Chuẩn hóa quy trình bán hàng

CRM sở hữu tính năng xây dựng đường ống bán hàng ([sales pipelines](#)), theo dõi từng bước trong hành trình khách hàng và ghi lại tất cả những giao tiếp từ lần tương tác đầu tiên đến khi kết thúc hành trình. Nhờ vậy, phần mềm cung cấp cái nhìn sâu sắc và tổng quan xuyên suốt quá trình Marketing, bán hàng và chăm sóc khách hàng. Đồng thời, việc sắp xếp các tác vụ, hoàn thành giao dịch cũng trở nên nhanh chóng và dễ dàng hơn rất nhiều.

Thúc đẩy truyền thông nội bộ

CRM cho phép tất cả các nhóm làm việc lưu trữ toàn bộ ghi chú, giám sát công việc và quản lý chặt chẽ các quy trình chỉ với một phần mềm duy nhất mà tất cả các thành viên đều dễ dàng truy cập. Việc truy cập dữ liệu khách hàng trở nên thuận tiện hơn bao giờ hết, đảm bảo không có cơ hội tiềm năng nào bị bỏ lỡ.

Tóm lại, CRM là cơ sở dữ liệu trực tuyến theo dõi toàn bộ thông tin về khách hàng cũng như các tương tác của họ với doanh nghiệp. Nhờ vậy, bạn có thể phân tích để hiểu sâu hơn về các mối quan hệ khách hàng, chu kỳ bán hàng và cấu trúc doanh thu của doanh nghiệp ngay lập tức.



7 Lợi ích doanh nghiệp nhận được nhờ ứng dụng CRM

CRM đơn giản hóa quá trình có được khách hàng mới và giữ chân họ bằng cách liên tục theo dõi và thông báo về các cơ hội để doanh nghiệp bạn quản lý các mối quan hệ khách hàng hiệu quả hơn. Những lợi ích hàng đầu khi sử dụng CRM bao gồm:



Sắp xếp dữ liệu khách hàng một cách khoa học

Lưu trữ dữ liệu, ghi chú và dễ dàng thực hiện email, cuộc gọi, SMS cho mọi liên hệ chỉ trong một hệ thống - không còn tình trạng thông tin liên hệ bị phân tán. Với CRM, bạn có thể nói lời tạm biệt với các bảng tính lộn xộn và bắt đầu quan sát toàn bộ lịch sử các mối quan hệ của mình trên CRM hay thậm chí là trong hộp thư đến của bạn.

Cải thiện doanh thu và tỷ lệ chuyển đổi

CRM sẽ giúp các công ty thu về được nhiều giá trị hơn từ khách hàng bằng cách chăm sóc khách hàng hiện tại tốt hơn và xác định các cơ hội bán thêm (up sale). Các tổ chức tập trung vào giữ mối quan hệ với khách hàng thông qua sử dụng CRM có thể giảm tỷ lệ khách hàng rời bỏ, tăng khả năng sinh lời cùng giá trị vòng đời khách hàng cao hơn.



Nhìn chung, các báo cáo cho thấy CRM đã tăng tỷ lệ chuyển đổi lên tới 300%, cải thiện doanh số bán hàng lên tới 29% và mang lại ROI (return on investment) lên tới 30,48 đô la cho mỗi đô la đầu tư vào phần mềm này.

Tự động hóa các tác vụ định kỳ

Thoát khỏi trạng thái bận rộn và các tác vụ thủ công tốn thời gian, CRM sẽ thay bạn tự động hóa các tác vụ, ghi nhật ký cuộc gọi, chuẩn bị cho cuộc họp, đính kèm tệp,... Tất cả các tính năng như nhập dữ liệu, mẫu email và liên hệ được đề xuất giúp ngày làm việc của bạn đơn giản hơn rất nhiều. Hãy nghĩ về lượng thời gian bạn sẽ tiết kiệm được nhờ CRM.

Theo dõi và thông báo về các giao dịch

CRM giúp bạn dễ dàng nắm bắt khách hàng tiềm năng và theo dõi liên tục các cuộc trò chuyện. Bạn luôn biết tình trạng hiện tại và cần phải làm gì tiếp theo, cũng như không bao giờ bỏ lỡ một giao dịch.

Báo cáo chi tiết

CRM cho phép xem nhanh thông tin tổng quan nhất về doanh nghiệp của bạn, cung cấp thông tin chi tiết về những gì đang diễn ra. Ngoài ra, báo cáo giúp bạn có thể dự báo thu nhập, từ đó chuẩn bị và điều chỉnh các nỗ lực tiếp thị và bán hàng của mình cho phù hợp.

Quản lý dự án

Một số phần mềm CRM cũng có thể được tận dụng như một công cụ quản lý dự án. Với các tính năng cộng tác nhóm và tạo quy trình, CRM cho phép bạn quản lý toàn bộ tổ chức của mình tại một nơi.

Tăng cường kết nối giữa các bộ phận

CRM giúp loại bỏ các rào cản trong giao tiếp giữa các bộ phận và tạo điều kiện cho công ty cho phép nhiều bộ phận phối hợp hiệu quả - tất cả chỉ trên một nền tảng duy nhất.



Dấu hiệu nhận biết doanh nghiệp cần CRM hay không?

6 DẤU HIỆU NHẬN BIẾT DOANH NGHIỆP CẦN CRM

01

Số lượng dữ liệu khách hàng vượt quá khả năng quản lý thủ công

02

Có nhiều người xử lý bán hàng

03

Gặp khó khăn trong việc phân khúc khách hàng

04

Chu kỳ bán hàng kéo dài

05

Dữ liệu lộn xộn trong 1 bảng tính

06

Phần lớn doanh thu đến từ khách hàng cũ



SlimCRM | Quản trị dễ dàng và tạo ra nhiều lợi nhuận hơn

Bạn không chắc tổ chức của mình có cần hệ thống CRM hay không? Dưới đây là một số vấn đề cần xem xét:

Số lượng dữ liệu khách hàng vượt quá khả năng quản lý thủ công

CRM vốn dĩ tập trung vào việc quản lý các mối quan hệ khách hàng và một phần mềm



SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

phù hợp sẽ giúp tất cả các nhân viên thực hiện công việc này hiệu quả hơn. Mỗi nhân viên đều là một người tạo mối quan hệ tiềm năng thông qua những tương tác với khách hàng tiềm năng, đối tác, nhà đầu tư và các bên liên quan khác. Bởi vậy, việc lưu vết các cuộc trò chuyện, dự đoán nhu cầu của các liên hệ đó và hạn chế bất động khi bạn chốt giao dịch hoặc hoàn thành dự án là cực kỳ quan trọng đối với toàn bộ đội ngũ. CRM cung cấp cho bạn dữ liệu, cấu trúc và nhiệm vụ cần thiết để bạn nuôi dưỡng các mối quan hệ trên quy mô lớn, kéo dài cuộc trò chuyện và luôn biết phải làm gì tiếp theo.

Có nhiều người xử lý bán hàng

Nếu đội ngũ bán hàng trong tổ chức nhiều hơn một người, bạn sẽ cần một cơ sở dữ liệu tập trung để theo dõi tổng thể hoạt động bán hàng. Chắc chắn rồi, khi cơ sở khách hàng của bạn tăng lên, rất khó để quản lý thông tin chỉ bằng các ghi chú trên giấy và bảng tính excel. Đừng để đến khi nhân viên của bạn không thể xác định được tên hoặc số điện thoại của một khách hàng quan trọng, bạn sẽ ước rằng mình đã đầu tư vào CRM đó.

Bạn gặp khó khăn trong việc phân khúc khách hàng của mình

Số lượng lớn dữ liệu khách hàng tiềm năng có thể là một thách thức, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp nhỏ. Làm cách nào để bạn đưa hàng nghìn liên hệ vào một hệ thống và sau đó cho phép bạn phân loại và gắn thẻ phân loại? Một điểm hấp dẫn của CRM chính là khả năng tổ chức dữ liệu một cách khoa học. Bạn có thể tự động thu thập và phân loại một cách trực quan số lượng lớn dữ liệu các khách hàng tiềm năng từ rất nhiều nguồn khác nhau.

Chu kỳ bán hàng kéo dài nhiều tuần, nhiều tháng

Đối với một số doanh nghiệp, việc chốt thành công một giao dịch có thể mất hàng tháng và phải trải qua rất nhiều lần tương tác. Khi đó, một hệ thống CRM mạnh mẽ nắm bắt thông tin chi tiết của từng giao dịch và nhắc nhở bạn về các sự kiện sắp tới giúp bộ phận sales luôn sẵn sàng tăng tốc.

Dữ liệu của bạn lộn xộn trong một bảng tính hoặc nằm rải rác trên nhiều file excel

Nếu các dự án, ghi chú, dữ liệu và cuộc họp của bạn rời rạc, thiếu sự liên kết hoặc bạn



cố gắng dồn dữ liệu vào một nơi bằng nhiều bảng tính excel thì bạn hẳn đang lãng phí thời gian để tìm kiếm thông tin thay vì thực sự sử dụng dữ liệu đó để ra quyết định và mang lại lợi ích cho doanh nghiệp. Một trong những ưu điểm vượt trội của CRM là khả năng tổ chức và truy xuất thông tin dễ dàng. Tất cả thông tin không chỉ được lưu trữ cùng nhau mà còn được sắp xếp, liên kết một cách trực quan cho phép bạn dễ dàng tìm thấy thông tin mình cần trong vài phút hoặc vài giây, chứ không phải hàng giờ.

Phần lớn doanh thu đến từ khách hàng cũ

Các mối quan hệ tuyệt vời đều được xây dựng dựa trên những chi tiết nhỏ nhất. Từ việc ghi nhớ ngày sinh nhật cho đến biết được phương thức giao tiếp ưa thích của khách hàng. CRM giúp bạn dễ dàng ghi chú mọi chi tiết dù nhỏ nhất nhờ vậy các mối quan hệ trở nên bền chặt hơn. Các tính năng quản lý công việc, nhắc lịch của CRM đảm bảo đội ngũ của bạn không bỏ lỡ một sự kiện quan trọng nào về khách hàng.



Cách chọn phần mềm CRM

Nếu doanh nghiệp của bạn có xuất hiện các dấu hiệu trên, quyết định sử dụng phần mềm CRM ngay lúc này là cần thiết. Bắt đầu bằng việc xem xét những điều sau:

Dễ sử dụng

Một phần mềm CRM nên đảm bảo mọi nhân viên trong doanh nghiệp dù lớn hay trẻ tuổi đều tiếp cận và sử dụng dễ dàng mà không cần quá nhiều thời gian đào tạo. Chẳng hạn như:

- **Tích hợp** liền mạch với hệ thống email của bạn.
- **Kéo và thả:** Có thể chỉnh sửa và di chuyển các cơ hội giữa các giai đoạn bằng cách kéo và thả một cách trực quan, giúp tiết kiệm thời gian.
- **Thiết bị di động:** Truy cập dễ dàng bằng thiết bị di động mang lại sự linh hoạt cao hơn.
- **Hiển thị** nhanh thông báo về những việc quan trọng như phản hồi email, nhiệm vụ sắp tới và các giao dịch với khách hàng.

Dễ dàng thiết lập, duy trì và mở rộng quy mô

Dễ sử dụng là một chuyện, nhưng các hệ thống CRM khó thiết lập hoặc mất nhiều thời gian triển khai cũng cần được cân nhắc trước khi đầu tư, đặc biệt ở các tổ chức hạn chế về nguồn lực.

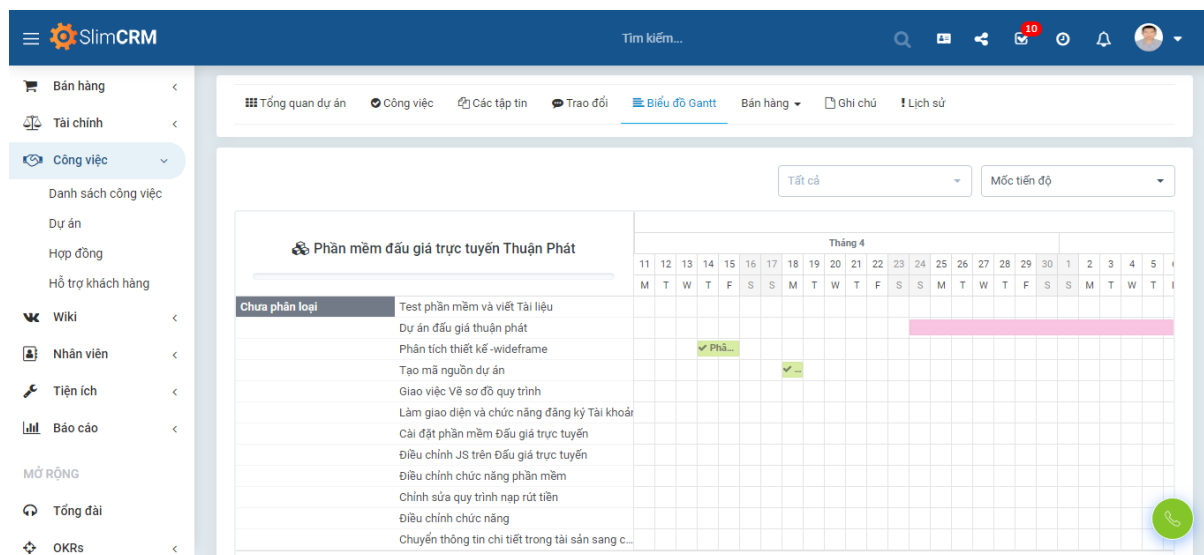
- **Thiết lập đơn giản:** Bạn không cần phải tải xuống và cài đặt phần mềm hoặc mất thời gian để thiết lập và tùy chỉnh phần mềm đó để có thể sử dụng.
- **Tùy chỉnh:** Cần đảm bảo rằng tính năng tìm và gắn thẻ dữ liệu đủ đơn giản để bất kỳ quản lý nào cũng thực hiện được mà không phải chỉ nhà phát triển.
- **Linh hoạt:** Liệu phần mềm CRM này có thể linh hoạt đáp ứng nhu cầu riêng của tổ chức bạn hay không?
- Cuối cùng, hãy tìm kiếm một công cụ có thể **mở rộng quy mô** khi doanh nghiệp của bạn phát triển hơn nữa.



Phù hợp với quy trình kinh doanh của bạn

Việc triển khai một công cụ CRM không nên gây ra những điều chỉnh lớn đối với quy trình làm việc thông thường mà phải đảm bảo doanh nghiệp của bạn vẫn hoạt động trơn tru. Bao gồm các yếu tố sau:

- **Tích hợp** được với các công cụ đang sử dụng hàng ngày của doanh nghiệp bạn.
- Đặc biệt, một công cụ CRM không chỉ hỗ trợ bán hàng mà còn hỗ trợ **quản lý, bàn giao dự án và triển khai sản phẩm** sẽ mang lại nhiều giá trị hơn.



(CRM hỗ trợ quản lý dự án theo các phương pháp hiện đại)



Các phòng ban trong công ty sử dụng CRM như thế nào?

CRM duy trì toàn bộ tổ chức của bạn vận hành trên cùng một nền tảng và đảm bảo tính nhất quán giữa các bộ phận. Các thành viên từ mọi bộ phận đều có quyền truy cập vào những thông tin chi tiết giống nhau, khiến việc duy trì sự đồng bộ và giao tiếp trở nên hiệu quả hơn bao giờ hết.

Mặc dù các bộ phận làm việc trực tiếp với khách hàng sẽ cảm nhận giá trị của CRM hàng ngày, nhưng toàn bộ tổ chức của bạn đều hưởng lợi từ khả năng quản lý và kết nối dữ liệu mà CRM cung cấp. Dưới đây là cách các bộ phận khác nhau trong công ty có thể sử dụng CRM để chuẩn hóa và tự động hóa quy trình làm việc:

Bộ phận Sales

Dữ liệu và báo cáo bán hàng được hiển thị trực quan trong CRM hỗ trợ các nhân viên kinh doanh theo dõi các giao dịch bán hàng, từ việc xem lại các hoạt động bán hàng trong quá khứ cho đến quản lý các hoạt động trong tương lai.

Người quản lý kinh doanh có thể sử dụng CRM để theo dõi các hoạt động của nhân viên trong bộ phận, giám sát các giao dịch bán hàng và quy trình bán hàng giữa các nhân viên.

The screenshot displays the SlimCRM dashboard. At the top, there's a search bar and navigation icons. Below that, a summary bar shows '39 Cơ hội' and '276,300,000đ'. The main area is divided into four columns, each representing a sales channel or team:

- MỚI - Chưa Liên Lạc** (15,000,000đ - 4 cơ hội): Includes profiles for Phùng Trung Tuấn, Anh Tùng, MR Trúc, and Lưu Văn Hải.
- 1. LANH - Theo Dõi** (69,300,000đ - 6 cơ hội): Includes profiles for Nguyễn Minh Ngọc, Nguyễn Đoàn Trang, Hạnh, and Vi Thị Phương Anh.
- 2. ẤM - Ít Tiềm Năng** (150,000,000đ - 4 cơ hội): Includes profiles for Ms Hiền, Đường Xuân Tư, An, and Nguyễn Huy Dương.
- 3. NÓNG - Tiềm Năng** (20,000,000đ - 2 cơ hội): Includes profiles for Trương Quang Khải and Mr Trương Quang Vinh.

Each profile card shows a name, phone number, and relationship status (e.g., 'Liên hệ 2 năm trước').

(Tính năng dự báo doanh thu trong đường ống bán hàng của SlimCRM)

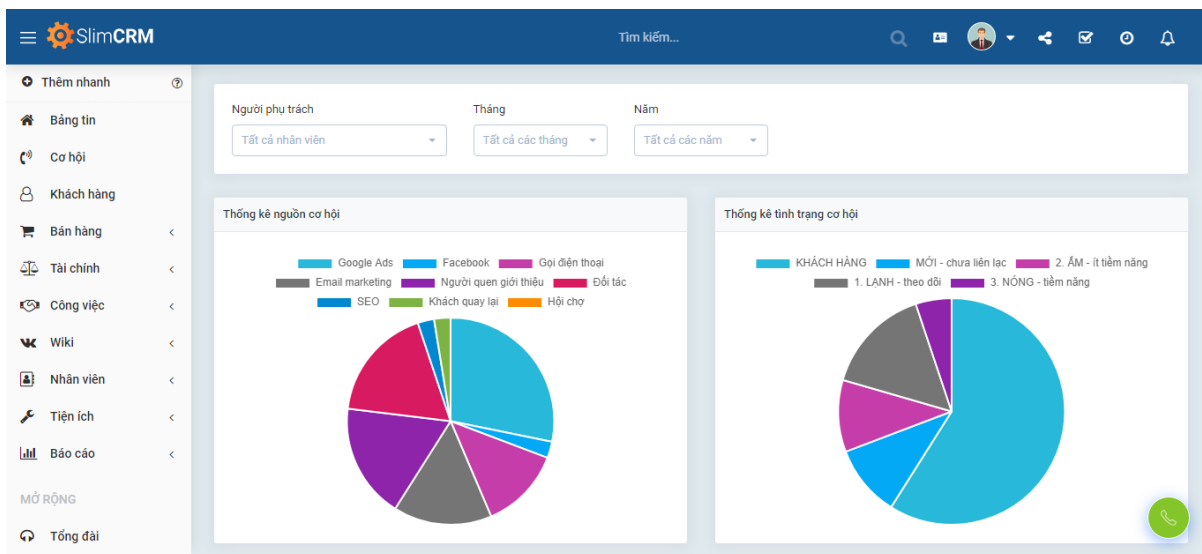


Cấp lãnh đạo

Nếu bạn là trưởng nhóm, chủ doanh nghiệp hoặc trong C-suite, mục dữ liệu và báo cáo bán hàng được hiển thị trực quan sẽ giúp bạn dễ dàng quản lý hiệu quả hoạt động của bộ phận và điều chỉnh chiến lược để đạt được mục tiêu. Đây cũng là cơ sở để bạn thiết lập và theo dõi các chỉ số hiệu suất như [KPI](#) cho từng bộ phận và nhân viên.

Phòng Marketing

Dữ liệu mà CRM lưu trữ và tổng hợp chính là nguồn thông tin tuyệt vời về khách hàng để tiến hành các chiến dịch tiếp thị, cho phép bộ phận Marketing phân tích hành vi khách hàng, đo lường tác động các chiến dịch, phân khúc khách hàng mục tiêu. CRM cũng hỗ trợ, tăng cường kết nối giữa bộ phận Sales và Marketing, phá vỡ các rào cản giúp công việc trở nên thuận tiện hơn.



(Hiệu quả của từng kênh Marketing được thống kê chi tiết trong phần mềm CRM)

Bộ phận Chăm sóc khách hàng

Các nhân sự thực hiện dịch vụ chăm sóc khách hàng có thể sử dụng dữ liệu CRM để hiểu rõ hơn về hành trình mua hàng cũng như các đặc điểm riêng biệt của khách hàng. Từ đó, phản hồi thông tin một cách cá nhân hóa, đem lại sự hài lòng cao nhất cho khách hàng. Bất kỳ ai trong bộ phận cũng có thể truy cập để nắm bắt các thông tin đó một cách nhanh chóng.



CRM cũng rất quan trọng để giữ chân khách hàng và giảm tỷ lệ rời bỏ. Ví dụ: Các nhân viên chăm sóc khách hàng có thể lọc tài khoản để xem khách hàng nào sắp đến thời gian gia hạn hợp đồng và có thể tiếp cận sớm.

Phòng Hành chính Tổng hợp

Nhân viên hành chính thường đóng một vai trò quan trọng trong việc triển khai CRM và hỗ trợ các bộ phận khác áp dụng. Một số công ty lớn có thể chỉ định một chuyên gia CRM nội bộ để đảm bảo rằng nhân viên sử dụng nền tảng này một cách tối ưu, hay một nhân viên IT để giúp khắc phục sự cố kỹ thuật với phần mềm khi cần.

Các tổ chức nhỏ hơn không có vị trí phụ trách riêng CRM trong phòng Hành chính. Nhưng với hệ thống CRM đã được nhà cung cấp phát triển tốt và phù hợp, triển khai và quản lý CRM không phải là công việc khó và có thể được chia sẻ giữa các thành viên trong phòng.

Kế toán tài chính

Bộ phận Kế toán tài chính xử lý lập hóa đơn và các khoản phải thu (*Accounts receivable*) nhanh chóng hơn bởi CRM cung cấp thông tin chi tiết về những khách hàng không hài lòng hoặc đang cân nhắc. Các chuyên gia tài chính cũng có thể xem lịch sử giao tiếp để nắm được những vấn đề mà khách hàng đã chia sẻ với nhân viên hỗ trợ. Thông qua đó, bộ phận Hỗ trợ khách hàng và Kế toán trao đổi với nhau dễ dàng hơn vì cả hai đều có quyền truy cập vào cùng một dữ liệu khách hàng trong hệ thống CRM.

(SlimCRM tự động nhắc nhở các khoản chậm thanh toán)

 SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

Tối ưu hóa công cụ CRM cho doanh nghiệp

Thống nhất phương thức nhập dữ liệu

Để tối ưu hóa hệ thống CRM, doanh nghiệp nên có một quy trình nhập dữ liệu đồng bộ. Dữ liệu được nhập không chính xác chỉ gây mất thời gian mà không mang lại hiệu quả. Vậy nên, bạn cần hướng dẫn các nhân viên một cách thức chung để thêm dữ liệu vào hệ thống CRM, đảm bảo không xảy ra vấn đề này.

Cập nhật dữ liệu định kỳ

Hệ thống CRM của bạn chỉ hoạt động khi dữ liệu được liên tục đưa vào đó. Nếu những thông tin trong hệ thống CRM đã lỗi thời thì những báo cáo, phân tích bạn nhận được sẽ không có giá trị. Bạn nên tiến hành dọn dẹp, cập nhật dữ liệu định kỳ và đảm bảo rằng dữ liệu của mình luôn được xác thực.

Khai thác dữ liệu từ hệ thống CRM

Rất nhiều doanh nghiệp lưu trữ thông tin một cách rời rạc, không có sự kết nối, cho nên không thể tận dụng tối đa lợi thế về dữ liệu. Nếu các nhân viên trong công ty không có quyền truy cập dữ liệu phù hợp, hệ thống CRM sẽ không mang lại những giá trị tương xứng với tiềm năng. Bước đầu tiên để tối ưu hệ thống CRM là hãy chắc chắn rằng tất cả các phòng ban đều được phép truy cập các dữ liệu phù hợp.

Ứng dụng dữ liệu để nâng cao hiệu quả bán hàng

Rất nhiều công ty sử dụng phần mềm CRM để thu thập dữ liệu về khách hàng của họ. Tuy nhiên, chỉ một tỷ lệ nhỏ trong số họ sử dụng thông tin này để cải thiện chiến lược bán hàng của mình hiệu quả. Để tối ưu hóa hệ thống CRM của bạn, hãy đảm bảo rằng bộ phận Sales và bộ phận Marketing có thể khai thác dữ liệu để xây dựng các chiến dịch tiếp thị và bán hàng phù hợp.

Chẳng hạn, đội ngũ bán hàng của bạn có thể sử dụng dữ liệu để xác định các giai đoạn trong phễu bán hàng và cải thiện cách tiếp cận của mình. Bộ phận Marketing cũng thường sử dụng dữ liệu để tạo các chiến dịch quảng cáo được tối ưu và cá nhân hóa cho



khách hàng tiềm năng.

Tên nhân viên	Kết quả					Cơ hội		Hiệu suất		Hoạt động		
	Doanh thu	Khách hàng	Thất bại	Đã tạo	Được giao	Tỷ lệ thành công	Thời gian chuyển đổi (ngày)	Trung bình một khách hàng	Ghi chú đã tạo	Nhắc nhở đã tạo	Cuộc hẹn đã tạo	
Bùi Quốc Toàn	744,450,000	1	0	6	1	14.29%	1228	744,450,000	4	10	0	
Hoàng Tất Thắng	1,285,173,800	8	0	25	1	30.77%	676.1	160,646,725	8	15	0	
Nguyễn Hoài Nam	101,000,000	1	0	0	1	100%	1528	101,000,000	0	0	0	
Nguyễn Lương Bằng	177,220,000	0	0	1	0	-	-	0	0	0	0	
Phạm Thị Linh	493,060,000	2	0	0	2	100%	581.5	246,530,000	0	0	0	
Trần Võ Mai Hương	50,000,000	0	0	0	1	0%	-	0	0	0	0	
Vương Thị Quý	352,256,000	2	0	0	3	66.67%	24.5	176,128,000	0	0	0	
Đoàn thanh Thảo	551,480,000	0	0	0	1	0%	-	0	0	0	0	

(Tập dụng dữ liệu từ CRM để nâng cao hiệu suất bán hàng)

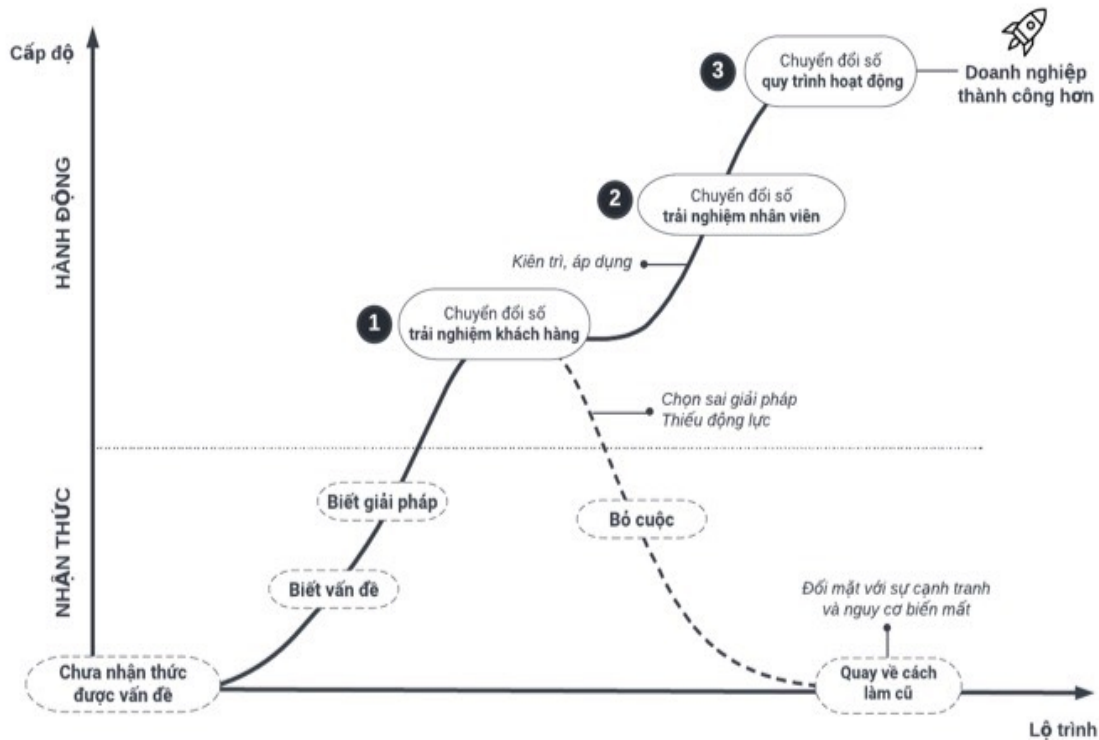
Hoạch định chiến lược bán hàng tương lai dựa trên dữ liệu quan trọng

Rất nhiều công ty đã tận dụng CRM để cải thiện chiến lược bán hàng của họ. Bằng cách tập trung đến khách hàng tiềm năng và các ghi chú mà đội ngũ bán hàng lưu lại, bạn có thể phát triển chân dung của những khách hàng mang lại lợi nhuận cao nhất cho doanh nghiệp.



Các bước chuyển đổi số bằng CRM

Chuyển đổi số không có hình mẫu chung cho tất cả. Tuy nhiên với những doanh nghiệp nhỏ với nguồn lực hạn chế, cần một lộ trình chuyển đổi số tinh gọn nhất.



(Lộ trình chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa)

Giai đoạn 1: Nhận thức

Khi một vấn đề phát sinh kéo theo các tác động tiêu cực, doanh nghiệp tìm kiếm giải pháp và biết giải pháp triệt để là phải “Chuyển đổi số” nhưng lại chưa biết bắt đầu từ đâu.

Giai đoạn 2: Hành động

- Bước 1: Chuyển đổi số trải nghiệm khách hàng

Việc chuyển đổi số luôn cần bắt đầu từ khía cạnh khách hàng. Mọi trải nghiệm trong hành trình mua hàng đều cần được số hóa: tự động nhập thông tin khách hàng có nhu cầu, soạn thảo báo giá, ký điện tử, báo cáo thống kê phản hồi,...



- Bước 2: Chuyển đổi số trải nghiệm nhân viên

Mọi công việc đều có thể làm online thông qua môi trường làm việc số (digital workplace): từ tuyển dụng, đào tạo đến đánh giá hiệu suất nhân viên,...

- Bước 3: Chuyển đổi số quy trình hoạt động

Doanh nghiệp tiếp tục tối ưu và tự động hóa các quy trình hoạt động để nâng cao hiệu suất cho toàn bộ doanh nghiệp.

Chuyển đổi số không đơn giản là vấn đề công nghệ. Mà đó là một trạng thái không ngừng đổi mới, sẵn sàng cải tiến để đáp ứng bất cứ nhu cầu mới nào của khách hàng.

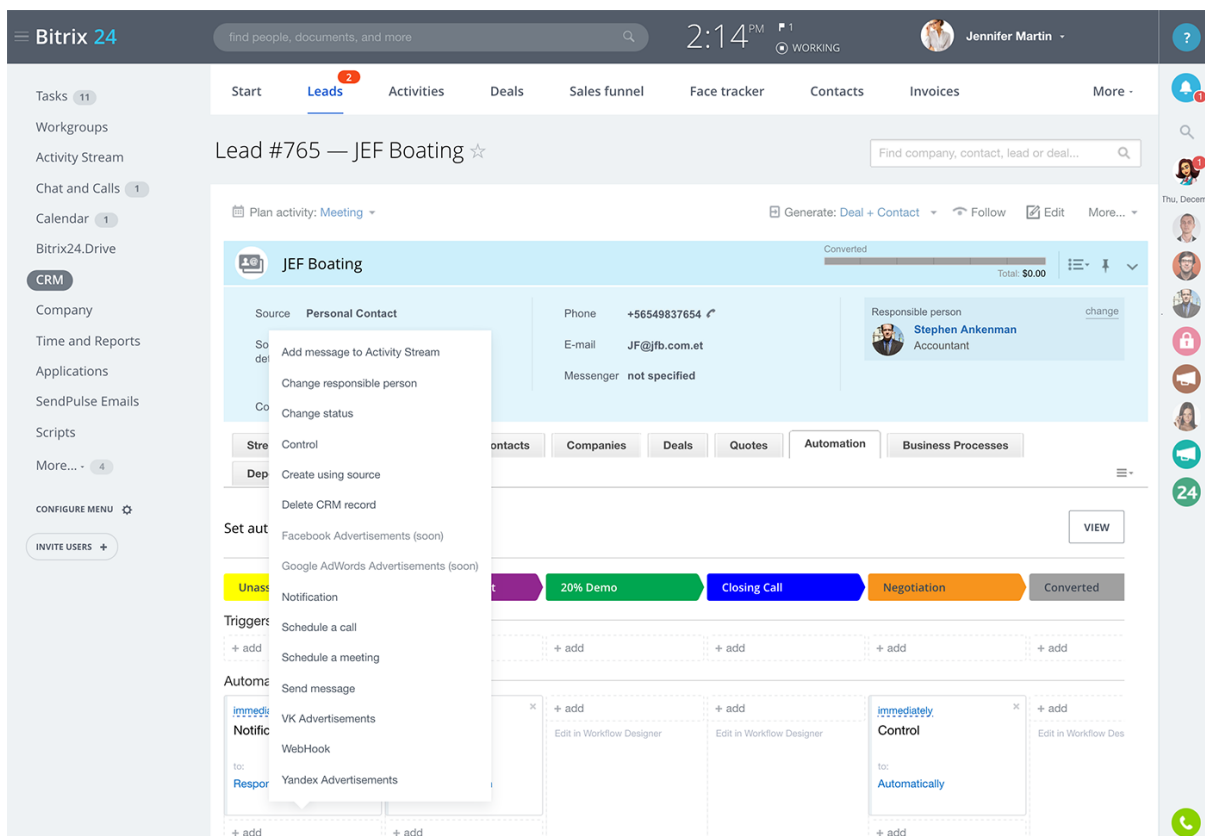


So sánh 4 phần mềm CRM nổi bật nhất hiện nay

Bitrix24 - nền tảng cộng tác số cho chuyên nghiệp

Bitrix24 có gói sử dụng miễn phí, tuy nhiên giao diện khá khó sử dụng và phức tạp đối với người lần đầu tiếp cận. Hệ thống cho phép hiển thị và thao tác trên điện thoại. Nên bạn có thể di chuyển nhiều nơi, mà không có laptop hay máy tính bàn.

Bitrix24 có đầy đủ các công cụ như tích hợp mạng xã hội nội bộ. Điều này giúp cho công việc nhóm, quản lý nhiệm vụ và các dự án diễn ra thuận tiện hơn. Bạn có thể trò chuyện nhóm và thậm chí là bằng video, lập kế hoạch và lên lịch đặt cuộc hẹn, quản lý nhân sự. Bạn dễ dàng tạo hóa đơn trong CRM nhờ tính năng tự động đưa dữ liệu vào hóa đơn. Gói giá thuê phần mềm dao động từ 69\$ - 199\$/ tháng.



(Giao diện Bitrix24)

SlimCRM.vn - quản trị doanh nghiệp dễ dàng và tạo ra nhiều lợi nhuận hơn



SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

SlimCRM là một phần mềm nằm trong hệ sinh thái SlimSoft với hơn 10.000 người dùng (được phát triển bởi công ty công nghệ VINNO với hơn 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ thông tin). Tuy mới được ra mắt thị trường nhưng đã chiếm được thiện cảm của rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam bởi tính năng hiện đại, dễ sử dụng và mức chi phí lý tưởng.

Mặc dù vậy, SlimCRM vẫn có đầy đủ 6 nhóm tính năng chuẩn mực không thua kém các giải pháp đắt tiền của nước ngoài. Nhiều doanh nghiệp sau khi triển khai SlimCRM đã rất ngạc nhiên vì phần mềm đã giúp tối ưu cả 3 giai đoạn trước bán hàng, trong bán hàng và sau bán hàng. Đặc biệt, công cụ giúp tăng hiệu suất làm việc của nhân viên kinh doanh và các phòng ban nhờ khả năng nhập liệu nhanh chóng, tối ưu từng click chuột.

Một ưu điểm nữa của SlimCRM là khả năng kết nối dễ dàng với hàng nghìn ứng dụng nổi tiếng (Google Sheet, Trello, Facebook,..) giúp doanh nghiệp tận dụng tối đa các công cụ sẵn có.



(Giao diện SlimCRM)

Hubspot - phần mềm CRM dành cho Inbound Marketing

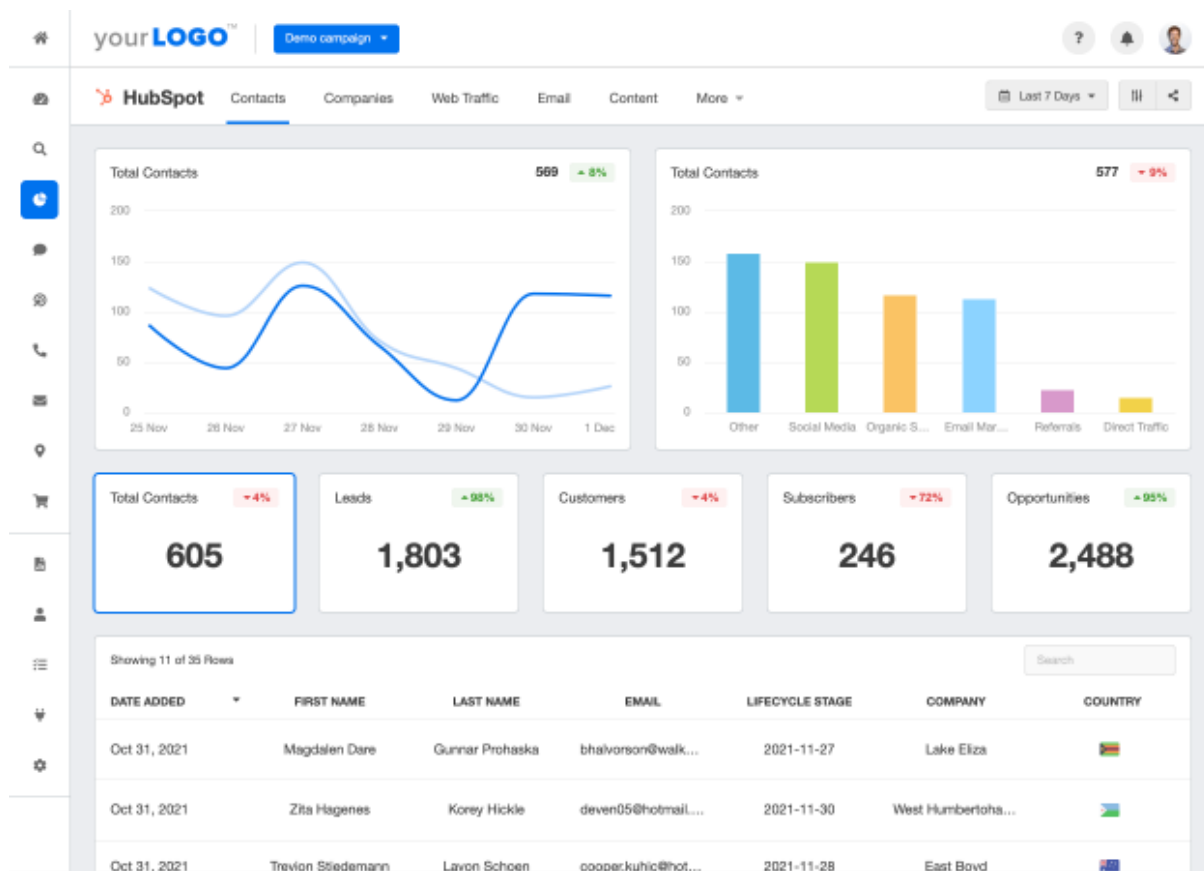
Hubspot là một trong những nhà cung cấp giải pháp CRM (đến từ Mỹ) lớn nhất hiện nay. Với bản miễn phí vẫn có nhiều tính năng nhưng hầu hết không hoạt động đầy đủ



SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

như với bản trả phí. Bên cạnh đó, khả năng tùy chỉnh của phần mềm cũng bị hạn chế nên khó điều chỉnh cho phù hợp doanh nghiệp nhỏ.

Với phần mềm Hubspot CRM, bạn có thể theo dõi khách hàng tiềm năng, quản lý quy trình và tiến trình bán hàng, quản lý quá trình làm việc của đội ngũ kinh doanh và đặc biệt quản lý các tương tác giữa khách hàng với doanh nghiệp chỉ trên 1 nền tảng. Đây cũng là công cụ phát triển tính năng tiếp thị qua email và là công cụ sử dụng hiệu quả trong Inbound Marketing. Chi phí cho phần mềm dao động từ 45\$ - 3.200\$/tháng.



(Giao diện Hubspot)

Zoho - lưu trữ mọi hoạt động bán hàng trên một nền tảng

Zoho CRM là một Freemium được cung cấp bởi Zoho Corp, công ty được thành lập vào năm 2005 và công bố phần mềm CRM nền tảng Web của mình vào năm 2006.

Hệ thống này cung cấp phiên bản CRM miễn phí cho ba người sử dụng trở xuống và có chi phí khoảng từ \$12 đến \$35 cho mỗi người sử dụng/tháng trên ba mức hỗ trợ khác nhau (tiêu chuẩn, chuyên nghiệp, và cao cấp). Tuy nhiên, điểm trừ của Zoho đó là giao diện khá xấu, mục Báo cáo khá rối rắm khiến người dùng đau đầu.



SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

			
Phù hợp với công ty quy mô vừa và lớn (cả các tập đoàn đa quốc gia)	Phù hợp với công ty quy mô vừa và lớn (cả các tập đoàn đa quốc gia)	Phù hợp với công ty quy mô vừa và lớn (cả các tập đoàn đa quốc gia)	Phù hợp với các công ty vừa và nhỏ
Nhiều tính năng	Nhiều tính năng	Nhiều tính năng	Đầy đủ 6 nhóm tính năng chuẩn mực
Chi phí: 69\$ - 199\$/ tháng	Chi phí: 45\$ - 3.200\$/tháng	Chi phí: 12\$ - 35\$/tháng	Chi phí thấp: 800.000 - 2.500.000 VND/tháng
Giao diện phức tạp, khó sử dụng	Giao diện phức tạp, khó sử dụng	Giao diện xấu, khó rối rắm	Giao diện đơn giản, dễ dùng
Ngôn ngữ chính: tiếng Anh	Ngôn ngữ chính: tiếng Anh	Ngôn ngữ chính: tiếng Anh	Ngôn ngữ chính: Tiếng Việt (có cả tiếng Anh)

(Bảng so sánh 4 phần mềm CRM nổi bật hiện nay)



Phụ lục: Các thuật ngữ CRM bạn cần biết

Bản ghi (Record)

Bản ghi đại diện cho bất kỳ loại tài khoản nào trong cơ sở dữ liệu CRM của bạn. Các loại bản ghi thường được sử dụng bao gồm “Người” (đại diện cho một cá nhân), “Công ty” (đại diện cho một tổ chức có nhiều đầu mối liên hệ) hoặc “Cơ hội”.

Báo cáo (Reports)

Trong phần mềm CRM, những báo cáo hiển thị dữ liệu được trình bày một cách khoa học dưới dạng bảng, đồ thị và biểu đồ.

Cơ hội (Opportunity)

Cơ hội đại diện cho một giao dịch kinh doanh tiềm năng, yêu cầu dịch vụ, quan hệ đối tác tiềm năng hoặc các trường hợp mở mà tổ chức của bạn đang theo dõi từ đầu đến cuối.

Đường ống (Pipeline)

Đường ống là một minh trực quan về hành trình cơ hội của bạn đi qua các giai đoạn chính và trở thành khách hàng. Tiếp cận khách hàng tiềm năng, đánh giá khách hàng tiềm năng, liên hệ, xây dựng mối quan hệ và chốt giao dịch là những ví dụ về các giai đoạn mà cơ hội của bạn có thể trải qua.

Giao dịch (Transactions)

Giao dịch lưu vết các hóa đơn được tạo cho một đăng ký và các khoản thanh toán liên quan đến chúng.

Khách hàng tiềm năng (Lead)

[Khách hàng tiềm năng](#) là một cá nhân chưa phải là khách hàng nhưng có thể trở thành khách hàng trong tương lai. Khách hàng tiềm năng đi vào quy trình bán hàng của bạn



và trở thành một giao dịch.

Liên hệ (Person)

Một bản ghi cho một cá nhân là một liên hệ. Đó có thể là khách hàng, khách hàng tiềm năng, nhà cung cấp, đối tác kinh doanh hoặc bên liên quan khác mà tổ chức của bạn có mối quan hệ.

Luồng công việc (Workflows)

Luồng công việc tự động hóa theo chuỗi các hoạt động như gửi email, tạo công việc, cập nhật thông tin,... Vì các tác vụ được thực hiện tự động nên bạn không cần phải thực hiện chúng theo cách thủ công.

Người dùng (User)

Một cá nhân có quyền truy cập vào tài khoản CRM của công ty. Tùy thuộc vào các quyền mà họ được quản trị viên cấp, người dùng có thể quản lý các bản ghi họ tạo và truy cập các bản ghi công ty được chia sẻ.

Nhiệm vụ (Tasks)

Tasks là một công việc phải hoàn thành. Nó đôi khi không xác định thời gian cụ thể nhưng thường có thời hạn cần phải hoàn thành. Bạn có thể giao nhiệm vụ cho (những) người dùng và theo dõi trạng thái, tiến độ và thời lượng để hoàn thành công việc một cách nhanh chóng.

Tài khoản công ty (Company/Account)

Một tổ chức hoặc bộ phận trong một tổ chức mà bạn hiện đang làm việc hoặc hy vọng hợp tác kinh doanh. Có thể liên kết nhiều bản ghi Người với một bản ghi Công ty.

Trường dữ liệu (Field)

Trường là một phần dữ liệu trong một bản ghi (như tên, địa chỉ email, giá trị cơ hội,...). Một trường có thể là bất kỳ thứ gì bạn nghĩ là quan trọng để lưu giữ trong bản ghi của



mình. Các trường cứng nhắc hơn các thẻ.

Tích hợp (Integrations)

Các tích hợp sẽ kết nối CRM của bạn với phần mềm kinh doanh khác như Gmail, Quickbooks, Mailchimp, Google Drive,... Bạn có thể lựa chọn tích hợp mở rộng (đóng góp chức năng bổ sung cho CRM của bạn) hoặc đơn giản (hoàn thành các tác vụ tự động sau khi các thao tác được thực hiện trong hệ thống CRM).

Thẻ (Tag)

Thẻ là một mã định danh duy nhất giúp nhóm các bản ghi lại với nhau một cách nhanh chóng. Các thẻ linh hoạt hơn các trường và có thể thêm và xóa khi cần thiết.

Quản trị viên (Administrator)

Hay còn được quen gọi là Admin, đây là những người dùng có quyền truy cập vào tất cả các tính năng về quản trị trong hệ thống CRM của bạn. Quản trị viên có quyền điều chỉnh cài đặt hệ thống và có thể thêm người dùng vào tài khoản CRM và kiểm soát ai có quyền truy cập vào từng bản ghi cụ thể.



Lời kết

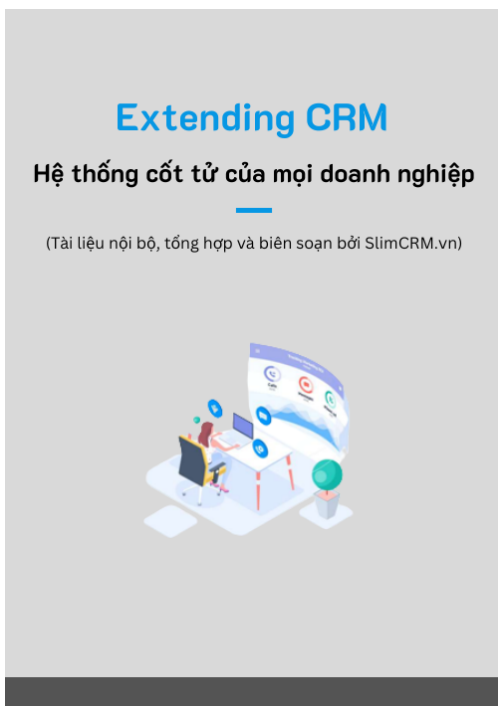
Lấy khách hàng làm trung tâm giờ đây là chiến lược kinh doanh được ưu tiên hàng đầu của mỗi doanh nghiệp. Dù công ty bạn to hay nhỏ, già hay trẻ, chỉ khi duy trì được mối quan hệ bền vững với khách hàng, bạn mới có thể phát triển được.

CRM là công cụ hỗ trợ thiết yếu cho quá trình bán hàng và nuôi dưỡng quan hệ khách hàng, tự động hóa khai thác và quản lý dữ liệu. Tuy nhiên, doanh nghiệp bạn phải luôn đổi mới và ứng dụng chiến lược triển khai CRM phù hợp nhất, tận dụng tối đa phần mềm này để có thể thúc đẩy hiệu suất bán hàng, tăng doanh thu và phát triển bền vững.

Hy vọng với CRM Playbook của SlimCRM này, bạn đã có được cái nhìn tổng quát về CRM cũng như hoạch định được chiến lược sử dụng CRM cho doanh nghiệp của mình. Chúc bạn triển khai CRM thành công!



XEM THÊM CÁC EBOOK KHÁC



SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

Tài liệu tham khảo

1. Your CRM playbook, :Copper
2. 2022, Extending CRM, SlimCRM
3. 2002, Phần mềm CRM và 72 thuật ngữ cần biết 2022, SlimCRM
4. Top 10 Efficient Ways to Optimize CRM Platform and Drive More Sales, CRm.io
5. The CRM Playbook For 2022, Forrester



Tìm hiểu thêm thông tin về CRM tại:

- Website: <https://slimcrm.vn/>
- Fanpage: <https://www.facebook.com/SlimCRM.vn>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/slimcrm/>





Kiến Tạo Doanh Nghiệp Ưu Việt

Bắt đầu dùng thử



Hotline: 0899.172.899



<https://SlimCRM.vn>



SlimCRM - Phần mềm CRM tốt nhất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa